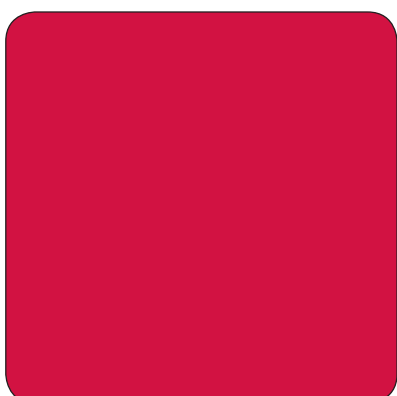
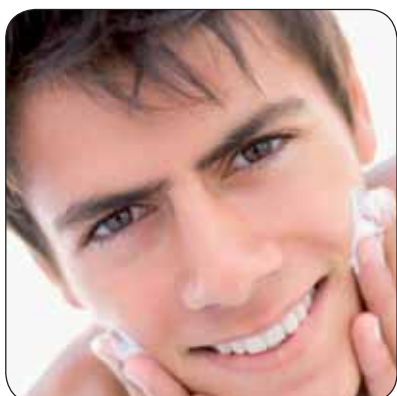


# NATURKOSMETIK

JAHRBUCH 2011



Thordis Schütte



# Ergänzungsverkauf leicht gemacht

Thordis Schütte

Sie kennen die Situation? Sie beraten intensiv eine Kundin und dann geht sie doch, ohne sich für ein Produkt entschieden zu haben. Später erfahren Sie, dass sie dieses Produkt erstanden hat und damit ganz glücklich ist. Die Kaufentscheidung fiel in einem anderen Geschäft. Ärgerlich, keine Frage. Wie bekommt man nun „den Fuß in die Tür“, damit beim nächsten Mal eine Zusatzempfehlung auch zum Kaufabschluss führt?

## 3 Stufen für einen erfolgreichen Ergänzungsverkauf:

**Stufe 1:** Ein Ergänzungsverkauf ist der Verkauf, der das, was der Kunde gesucht hat, logisch ergänzt. Beispiel: Zu einem Leuchter die Kerze und zu einer Maske ein Peeling.

### Die innere Einstellung wählen

Zufriedene Kunden haben Sie, wenn Sie als Ideengeber ein echtes Interesse am Kunden zeigen und Lösungen aufzeigen. Ergänzungsverkäufe ergänzen und erweitern die Pflegemöglichkeiten und sichern die Kundenzufriedenheit. Durch guten Service entsteht eine intensivere Kundenbindung und Sie können sicher sein, dass Ihr Engagement geschätzt wird. Für Ihre eigene Initiative im täglichen Verkauf ist es ratsam, sich jeden Tag Produkte oder eine Dienstleistung auszuwählen, die „immer passen“. Z.B. an einem Sommertag sich einen Sonnenpflegetipp für die Beratung aussuchen. Wenn es regnet einen „Gute-Laune-Kick“ ausdenken. Suchen sie sich eine Ergänzung aus, die sie selbst so richtig gut finden und üben Sie Formulierungen dazu vorab ein.

**Stufe 2:** Wer kennt sie nicht, die abgedroschenen Formeln zum Beginn eines Verkaufsgesprächs: „Darf es sonst noch was sein? Brauchen Sie noch ... Dann hätte ich noch was! Haben Sie sonst noch einen Wunsch?“ Solche abgedroschenen Sätze sind out und zu allgemein und lassen leicht die Absicht erkennen, dass Sie kein echtes Interesse haben, sondern nur routinemäßig „bedienen“.

### Das Interesse bei der Kundin wecken

Der beste Zeitpunkt einer Ergänzungsempfehlung ist dann, wenn die Kundin sich zu einem Kauf entschieden hat. Jetzt sind Sie dran, die Kundin zu motivieren und ihr einen Ergänzungsvorschlag zu machen, von dem sie einen echten Nutzen hat.

Aus der Gehirnforschung ist bekannt, dass über 80 % der Kaufentscheidungen vor Ort gefällt werden! Sätze wie: „Was halten Sie von einem passendem Peeling zur Ihrer Maske? Es sorgt dafür, dass die schönen Wirkstoffe intensiver einziehen können.“ Auch der Satz: „Darf ich Sie

fragen, wie Sie Ihre Haut auf die Maske vorbereiten?“ ist eine angenehme Form, mehr Informationen zu erhalten. Die Kundin freut sich über ihr Interesse und kann ihren späteren Vorteil erkennen.

**Stufe 3:** Erwecken Sie Neugierde, indem Sie einen Spannungsaufbau mit Bildern inszenieren und Produkte in der Präsentation zusammenstellen, die eine optimale Ergänzung bieten.

**Präsentieren der Ergänzung**

Beispiel: Wenn Sie beim Shampookauf erwähnen: „Im Regal nebenan gibt es auch Haarstyling“, so erweckt das kein Interesse. Wenn Haarstyling zusammen mit Haarshampoos und Infos zu tollen Frisuren dekoriert werden, wird das Interesse geweckt. Auch wenn die Kundin vielleicht nicht sofort kauft, so erinnert sie sich bildhaft daran. Also zeigen Sie zur Maske das Peeling: Geben sie es der Kundin ruhig einmal in die Hand und ergänzen dann ihre Argumentation. Bei der Maske: „Was halten Sie von der Idee, Ihre Haut gut vorzubereiten und sie vorher von überschüssigen Hautschüppchen zu befreien, damit die Maske optimal wirken kann?“

Ergänzungsverkauf ist als Lösungsansatz für den Kunden zu sehen, das schafft zufriedene Kunden. So wird aus einer Zusatzempfehlung eine Verbindung zwischen Ihnen und den Kunden geschaffen, die über eine Kundenbindung hinausgehen. Es entsteht eine persönliche Verbindung zwischen Ihnen und den Kunden und das schafft Vertrauen.

**Thordis Schütte** ist ausgebildete BDVT-Verkaufstrainerin, sammelte über 24 Jahre Erfahrung in Einzelhandel und Industrie im Bereich Kosmetik, Reformhaus, Naturkost. Ihre Trainings sind auf die Optimierung von Vertriebsstrukturen, Stärkung der persönlichen Kompetenz von Mitarbeitern und auf aktive Verkaufsförderung spezialisiert.

Thordis Schütte  
 Training + Beratung  
 Birkenwinkel 33  
 D-26209 Hatten  
 Tel+Fax: +49 4482 909938  
 Mobil: +49 172 4110799  
 E-Mail: post@thordis-schuette.de  
 www.thordis-schuette.de